

**ANALISIS EFEKTIVITAS PROGRAM  
MEMBERSHIP CARD DALAM MENCIPTAKAN  
LOYALITAS AFEKTIF KONSUMEN MATAHARI  
DEPARTMENT STORE DI SURABAYA**



OLEH:

GLENN RUSSELL MAATITA

3103008112

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2013

**ANALISIS EFEKTIVITAS PROGRAM  
MEMBERSHIP CARD DALAM MENCIPTAKAN  
LOYALITAS AFEKTIF KONSUMEN MATAHARI  
DEPARTMENT STORE DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

**OLEH:**

**GLENN RUSSELL MAATITA**

3103008112

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**2013**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS EFEKTIVITAS PROGRAM *MEMBERSHIP CARD* DALAM MENCIPTAKAN LOYALITAS  
AFEKTIF KONSUMEN MATAHARI *DEPARTMENT STORE* DI SURABAYA**

Oleh:

Glenn Russell Maatita

3103008112

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Sri Yunan Budiarso, Dra. Ec., MS

Tanggal: 27-07-2013

Pembimbing II,



Elisabeth Supriharyanti, SE., MSI

Tanggal: 25-07-2013

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Glenn Russell Maatita

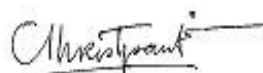
NRP:3103008112

Telah diuji pada tanggal: 2 Agustus 2013

dan dinyatakan lulus oleh

Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



DR. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Dr. Endang Susanti, MM.

NIK 321.99.0370



Herlina Yoka Roida, SE., M.Com (Fin)

NIK 311.99.0362

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Glenn Russell Maatita

NRP : 3103008112

Judul Tugas Akhir: ANALISIS EFEKTIVITAS PROGRAM

*MEMBERSHIP CARD DALAM*

*MENCIPTAKAN LOYALITAS AFEKTIF*

*KONSUMEN MATAHARI DEPARTMENT*

*STORE DI SURABAYA.*

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya tulis ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library UNIKA Widya Mandala Surabaya). Untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta. Demikian, pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Juli 2013



Glenn Russell Maatita

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karuniaNya yang memberikan kesehatan dan hikmat kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Skripsi yang berjudul “Analisis Efektivitas Program *Membership Card* Dalam Menciptakan Loyalitas Afektif Konsumen Matahari *Department Store* Di Surabaya”, disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada: Ibu Sri Yunan Budiarsi, Dra. Ec., MS sebagai dosen pembimbing I dan Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.SI sebagai dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan saran-saran kepada penulis sejak awal penelitian sampai dengan selesainya penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Pegawai Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen yang sudah membantu penulis selama menempuh pendidikan selama di UKWMS.

Teristimewah saya sampaikan terima kasih kepada Ayahanda dan Ibunda yang telah banyak memberi kasih sayang, dukungan baik moril maupun materil, nasehat, dan doa sehingga perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada saudara-saudara saya yang telah memberi semangat, dorongan dan motivasi kepada

penulis. Terima kasih juga disampaikan penulis kepada teman-teman FB UKWMS yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyelesaian skripsi ini, namun penulis menyadari masih banyak kelemahan baik dari segi isi maupun tata bahasa, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Kiranya isi skripsi ini bermanfaat dalam memperkaya pengetahuan dan juga dapat dijadikan sebagai salah satu sumber referensi bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 12 Juli 2013

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'GR Maatita', written over a horizontal line.

Glenn Russell Maatita

## DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	iii
Daftar Tabel.....	vi
Daftar Gambar.....	viii
Daftar Lampiran.....	ix
Abstrak.....	x
Abstract.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori.....	14
2.2.1. Program Loyalitas.....	14
2.2.2. Loyalitas Afektif.....	16
2.2.3. Sikap Konsumen.....	18
2.2.4. Kepuasan Konsumen.....	20
2.2.5. Kepercayaan Konsumen.....	21
2.2.6. Komitmen Konsumen.....	23
2.2.7. Hubungan Antar Variabel.....	24



2.3. Kerangka Pemikiran.....	26
2.4. Hipotesis Penelitian.....	27
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1. Desain Penelitian.....	28
3.2. Identifikasi Variabel Penelitian.....	28
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	28
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	31
3.5. Pengukuran Variabel.....	33
3.5.1. Pengukuran Variabel X.....	32
3.5.2. Pengukuran Variabel Y.....	32
3.6. Alat dan metode Pengumpulan Data.....	33
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik	
Pengambilan Sampel.....	33
3.7.1. Populasi Penelitian.....	33
3.7.2. Sampel Penelitian.....	33
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.8. Metode Analisis Data.....	35
3.8.1. Uji Validitas.....	35
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	36
3.8.3. Analisis Multivariat Varians.....	36
<b>BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1. Deskripsi Data Penelitian.....	37
4.1.1. Profil Responden Penelitian.....	37
4.1.2. Statistik Deskriptif.....	42
4.2. Pengujian Instrumen Penelitian.....	54
4.2.1. Uji Validitas.....	54

4.2.2. Uji Reliabilitas.....	56
4.3. Analisis Data Penelitian.....	58
4.3.1. Pengujian Asumsi.....	58
4.3.2. Pengujian Hipotesis.....	59
4.3.3. Perbandingan Berganda.....	60
4.4. Pembahasan.....	66
4.4.1. Efektivitas Program <i>Membership Card</i> Dalam Menciptakan <i>Sikap</i> Konsumen Terhadap Matahari <i>Department Store</i> .....	66
4.4.2. Efektivitas Program <i>Membership Card</i> Dalam Menciptakan <i>Kepuasan</i> Konsumen Terhadap Matahari <i>Department Store</i> .....	67
4.4.3. Efektivitas Program <i>Membership Card</i> Dalam Menciptakan <i>Kepercayaan</i> Konsumen Terhadap Matahari <i>Department Store</i> .....	68
4.4.4. Efektivitas Program <i>Membership Card</i> Dalam Menciptakan <i>Komitmen</i> Konsumen Terhadap Matahari <i>Department Store</i> .....	69
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1. Simpulan.....	71
5.2. Saran.....	72

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat Ini.....	13
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	40
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	41
Tabel 4.5. Kelompok Interval Penilaian.....	43
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Loyalitas Afektif</i> <i>(MCC Beauty)</i> .....	43
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Loyalitas Afektif</i> <i>(MCC Premium)</i> .....	46
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Loyalitas Afektif</i> <i>(MCC Reguler)</i> .....	49
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Loyalitas Afektif</i> <i>(Non-MCC)</i> .....	51

Tabel 4.10. Uji Validitas Variabel <i>Loyalitas Afektif</i> .....	54
Tabel 4.11. Uji Reliabilitas Variabel <i>Loyalitas Afektif</i> .....	57
Tabel 4.12. Pengujian Asumsi Homogenitas Varians Variabel <i>Loyalitas Afektif</i> .....	58
Tabel 4.13. Pengujian Hipotesis <i>Loyalitas Afektif</i> .....	59
Tabel 4.14. Perbandingan Berganda <i>Sikap Konsumen</i> .....	60
Tabel 4.15. Perbandingan Berganda <i>Kepuasan</i> Konsumen.....	62
Tabel 4.16. Perbandingan Berganda <i>Kepercayaan</i> Konsumen.....	63
Tabel 4.17. Perbandingan Berganda <i>Komitmen</i> Konsumen.....	65

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	27

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian

Lampiran 2. Data Profil Responden

Lampiran 3. Statistik Deskriptif Jawaban Responden

Lampiran 4. Output Uji Validitas

Lampiran 5. Output Uji Reliabilitas

Lampiran 6. Output Analisis Varians (ANOVA)

## ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi *loyalitas afektif* konsumen yang dapat dibangun melalui *program loyalitas*. Implementasi *program loyalitas* banyak diterapkan pada perusahaan yang bergerak dalam bisnis ritel seperti Matahari *Department Store* dengan kepemilikan *membership card* yang disebut dengan “*Matahari Club Card (MCC)*”.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah *program loyalitas* yaitu kepemilikan *membership card*, sedangkan Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *loyalitas afektif* yang terdiri dari *sikap konsumen*, *kepuasan konsumen*, *kepercayaan konsumen*, dan *komitmen konsumen*. Analisis kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis varians (ANOVA), uji validitas, dan uji reliabilitas.

Temuan dalam penelitian ini adalah kepemilikan *membership card* berpengaruh signifikan pada *loyalitas afektif* konsumen yaitu *sikap konsumen*, *kepuasan konsumen*, *kepercayaan konsumen*, dan *komitmen konsumen*. Temuan lain yaitu adanya perbedaan *loyalitas afektif* antara konsumen pemilik dan non-pemilik *membership card*, dimana *loyalitas afektif* pemilik *MCC Beauty* dan *MCC Premium* lebih tinggi dari *loyalitas Non-Pemilik MCC*, sedangkan untuk *MCC Reguler* tidak jauh berbeda dengan *Non-Pemilik MCC*. Hal tersebut dapat diartikan bahwa program *MCC Beauty* dan *MCC Premium* yang dijalankan Matahari *Department Store* merupakan program yang efektif dalam menciptakan *loyalitas afektif* konsumen.

**Kata kunci:** program loyalitas, membership card, dan loyalitas afektif konsumen, sikap, kepuasan, kepercayaan, dan komitmen.

## **ABSTRACT**

### **Analysis Effectiveness *Membership Card* Program In Creating Consumer Affective Loyalty Of Matahari Department Store In Surabaya**

The main objective of this study was to identify affective consumer loyalty can be built through the loyalty program. Implementation of loyalty programs are widely applied to companies engaged in retail business such as Matahari Department Store with membership card ownership called the "Matahari Club Card (MCC)".

Variables in this study consists of independent variables and the dependent variable. The independent variable is the loyalty program membership card ownership, while the dependent variable in this study is composed of affective loyalty of consumer attitudes, consumer satisfaction, consumer trust, and consumer commitment. The quantitative analysis in this study using analysis of variance (ANOVA), validity testing, and reliability testing.

The findings in this study is the ownership of a membership card have significant effect on consumer affective loyalty that consumer attitudes, consumer satisfaction, consumer trust, and consumer commitment. Another finding is the difference in affective loyalty between consumers owners and non-owner of membership card, which the Owner of MCC Beauty and MCC Premium have higher affective loyalty higher than Non-Owner of MCC, while there is not much different between Owner of MCC Regular and Non-Owner of MCC. It can be interpreted that the MCC Beauty and MCC Premium is a Matahari *Department Store's* program that is effective in creating consumers affective loyalty.

**Keywords:** loyalty programs, membership cards, and consumer affective loyalty, attitudes, satisfaction, trust, and commitmen